

Los Estudios de Asia Oriental en las redes sociales: una aproximación

Mireia Vargas-Urpi
Universitat Pompeu Fabra

I Congreso de la AEEAO (Málaga, 20-22 de junio de 2018)



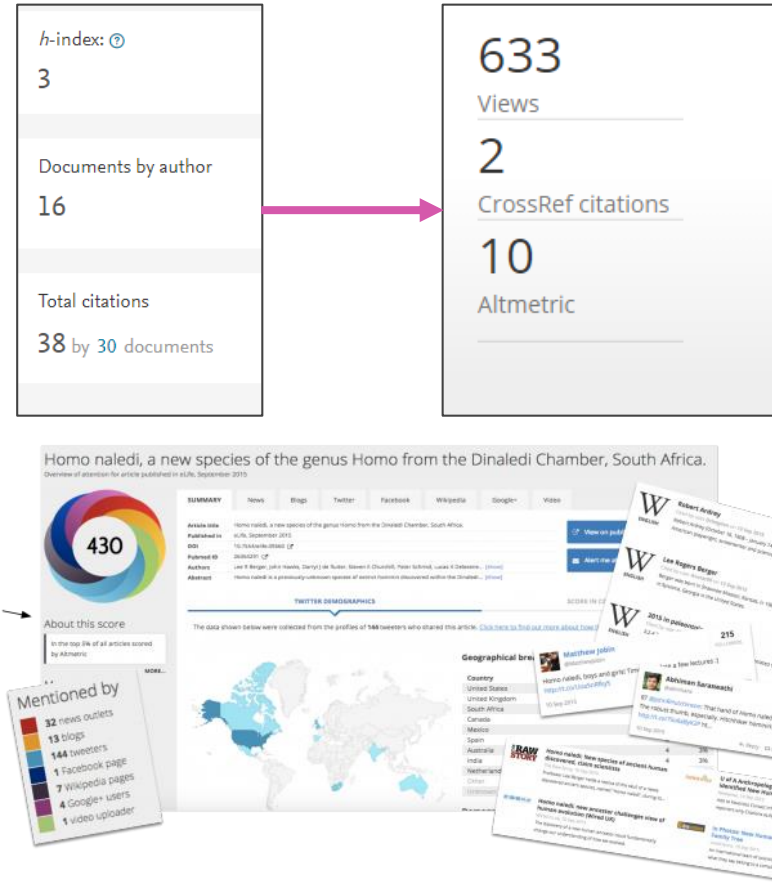
Motivación y trasfondo



Las altmétricas

Altmetrics are metrics and qualitative data that are complementary to traditional, citation-based metrics. They can include (but are not limited to) peer reviews on Faculty of 1000, citations on Wikipedia and in public policy documents, discussions on research blogs, mainstream media coverage, bookmarks on reference managers like Mendeley, and mentions on social networks such as Twitter.

Fuente: Altmetric.com



Estudios previos - las altmétricas



Regular article
CL
Do 'altmetrics' correlate with citations? Extensive comparison of altmetric indicators with citations from a multidisciplinary perspective

Rodrigo Costas; Zohreh Zahedi, Paul Wouters

Generation metric

Responsible metrics and evaluation for open science

Regular article

CL

Discussed in local altmetrics: Weibo and its Twitter

Yu^{b,*}, Tingting Xiao^a, Brad M. Hemminger^b, Siluo

How and why scholars cite on Twitter

Jason Priem and Kaitlin Light Costello

School of Information and Library Science,
University of North Carolina at Chapel Hill
Chapel Hill, NC
jpriem@unc.edu

Altmetrics in the Wild: Using Social Media to Explore Scholarly Impact

Jason Priem*, Heather A. Piwowar**, Bradley M. Hemminger*

Scholarly use of social media
a review of the literature

Cassidy R. Sugimoto¹, Sam Work², Vincent Larivière^{2,3} & Stefanie Haustein²

¿Qué grupos o investigadores
están en las redes?

¿Qué se difunde en las redes?



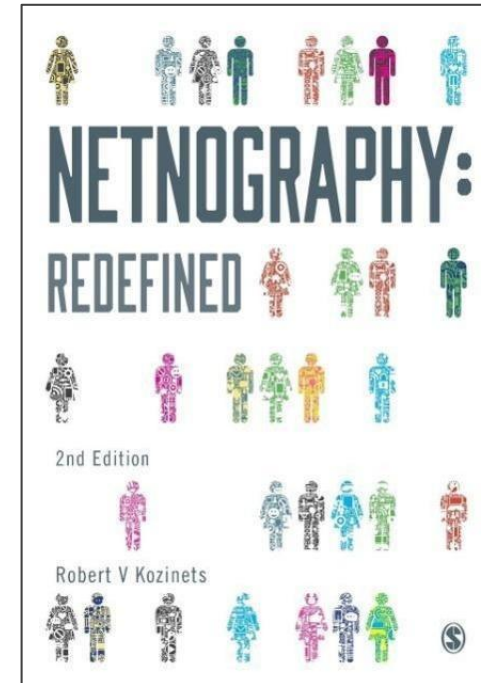
**¿Qué grado de visibilidad tienen los Estudios
de Asia Oriental en las redes sociales en el
contexto español?**

¿Con qué frecuencia de uso?

¿Por qué?

La netnografía (Kozinets, 1998 / 2015)

- Método de investigación basado en la etnografía
- Una parte importante de los datos recopilados y de la observación participante se basan en datos compartidos libremente en Internet
- “naturally occurring public conversations recorded by contemporary communications networks”





Algunas características de la netnografía

- **objeto de estudio:** reflexiones y datos proporcionados por comunidades online
- **modo multimodal:** análisis de texto + imágenes + contenido auditivo o audiovisual
- **método:** menos intrusivo, se basa simplemente en observación → los participantes revelan la información de manera natural en Internet
- **recogida de datos:** no requiere una inmersión tan profunda en el campo de estudio como la etnografía → descarga 'masiva' de datos
- **eficiencia:** es un método menos costoso en cuanto a recursos y tiempo
- **número de participantes:** permite estudiar grupos mayores

Perfiles **colectivos**: grupos de investigación relacionados con EAO

- Alter: Crisis, Alteridad y Representación, UOC
- Etnografía y Mediaciones de Comunicación y Desarrollo, UMA
- Grupo de Investigación de Estudios Asiáticos (GIDEA), UGR
- Grupo de Investigación InterAsia: Interculturalidad de Asia Oriental, UAB
- Grupo de Investigación Japón, UNIZAR



TXICC

@TXICC Et segueix

Grup de recerca en Traducció del xinès al català/castellà (TXICC). Departament de Traducció i d'Interpretació. Universitat Autònoma de Barcelona



GEINTEA

@GeinteaUCM

Grupo de Estudios de Interacciones: Europa-Asia - Universidad Complutense de Madrid

Grupos de investigación



Actividades divulgativas: exposiciones, concurso de microrrelatos, exposición virtual, charlas

Exposición, congreso, novedades en la web

Información sobre cursos (diploma estudios chino, estudios coreanos, etc.), jornadas, charlas, mesas redondas

Retuits de información relacionada con intereses del grupo + difusión actividades o publicaciones de las investigadoras

Periodicidad irregular:
marzo - 6
abril - 2
mayo - 0

Sin publicaciones desde 2016

Periodicidad irregular:
enero - 4
febrero - 1
marzo, abril - 0

Retuits frecuentes, contenido propio irregular:
marzo - 3 T + 26 RT
abril - 10 T + 23 RT
mayo - 4 T + 25 RT

Centros de cultura adscritos a universidades



CEAO - UAM
(Centro de Estudios de Asia Oriental - Univ. Autónoma de Madrid)
@CEAO.UAM



Centro Cultural Hispano Japonés
USAL
@Centrojapones



Centro Académico y Cultural de Asia Oriental de la Universidad de Huelva
@centroasiaoriental



Fundació Institut Confuci de Barcelona ✓
@ConfuciBCN



Instituto Confucio de Madrid ✓
@confuciomadrid



Instituto Confucio de la Universitat de València
@InstitutoConfucioDeLaUniv
@InstitutoConfucioDeLaUniv

actividades,
concurso,
becas,
seminarios

cursos,
actividades
culturales,
miscelánea

información
del
simposio

cursos y
actividades
propias +
información
de interés

cursos y
actividades
propias +
información
de interés

cursos y
actividades
propias +
miscelánea

marzo - 3
abril - 10
mayo - 3

marzo - 33
abril - 24
mayo - 27

marzo - 1
abril - 0
mayo - 1

presencia
diaria

presencia
diaria

presencia
semanal



GRUPO DE INVESTIGACIÓ
ASIA



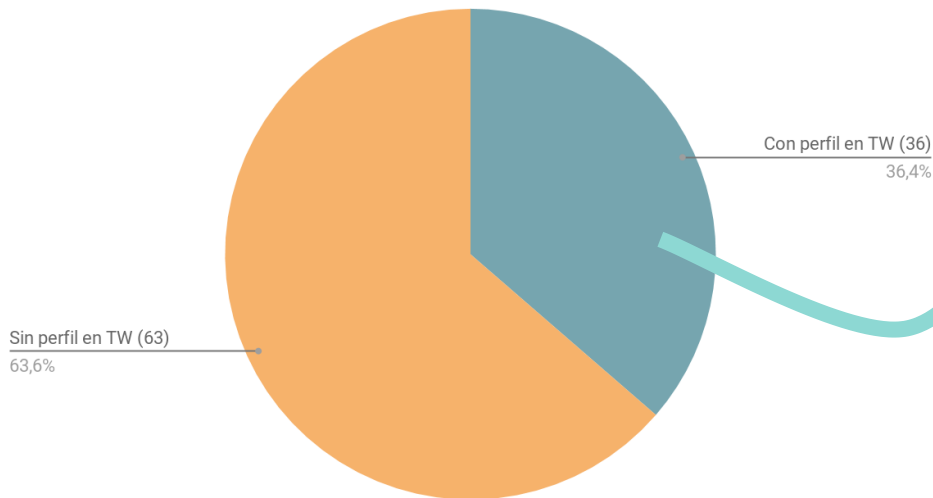
Centro Cultural
Hispano Japonés





Perfiles **individuales**: el caso de los socios de la AEEAO

Socios de la AEEAO a 18 de junio de 2018 (99)



Análisis de una muestra de 27 perfiles individuales, a partir de dos criterios básicos:

- Usuario del ámbito académico del ámbito de los EAO
- Cuenta de perfil individual



Edita

Visualització

nserieix

Format

Dades E

Eines

Complements

Ajuda

Tots els

[Invis s'han desat a Drive](#)



100% ▾

€

%

.00

123 ▼

Arial

1

1

B

 $I \div$

A

| | |
|---|---|
| 4 | 5 |
| 6 | 7 |

2

三

↓ ▼ |

→ A

6

7

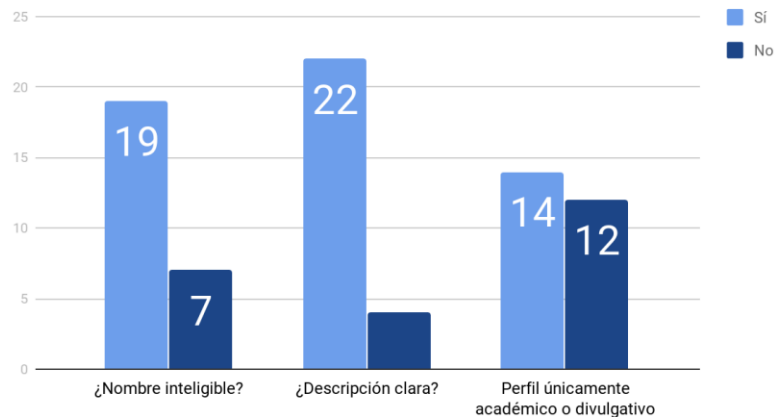
Σ

 $\overline{f_X}$ [illegible]

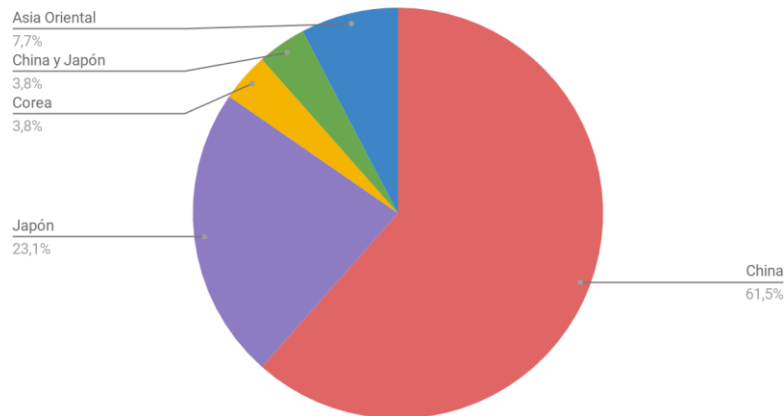


Perfiles individuales: el caso de los socios de la AEEAO

Claridad del perfil



Área de interés



340*
seguidores de media

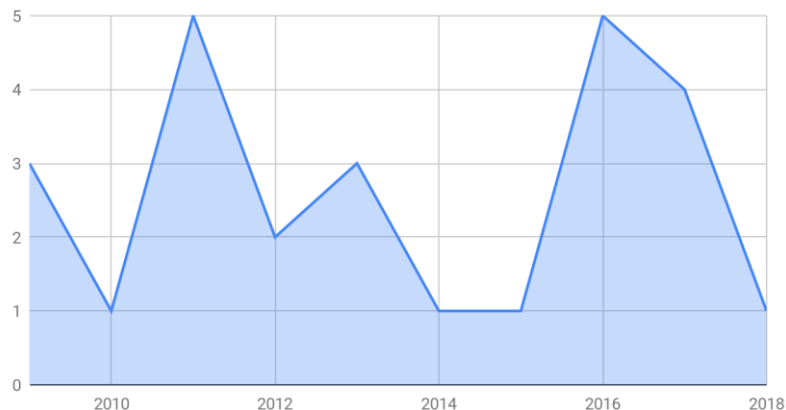
Several light blue Twitter bird icons are scattered around the number 340 and the asterisk, some appearing to fly towards the number.

*cuenta con más
seguidores: 1818
(rango: 1810)

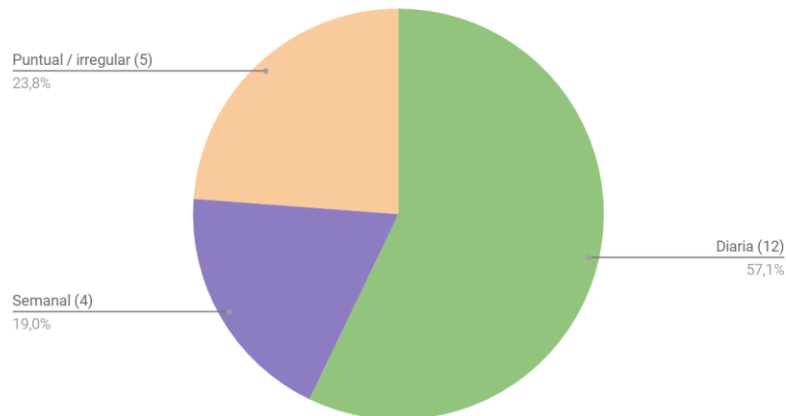


Perfiles individuales: el caso de los socios de la AEEAO

Creación de la cuenta de Twitter



Presencia en las redes





1649*

tweets de media

*cuenta con más tweets: 9760
(desde enero 2011)

A modo de reflexión final...

Poco uso de las redes sociales por parte de los grupos de investigación (4/9) o investigadores (36/99)

Hacemos poco uso de las redes sociales para difundir publicaciones.



El número de seguidores parece estar relacionado con dos factores:


1. Periodicidad (presencia diaria/frecuente)
1. Contenido propio

Uso muy reducido de la opción de «respuesta», lo que limita la posibilidad de debatir e interactuar realmente.



(Interactuamos sobre todo compartiendo o poniendo 'me gusta').





¿Merece la pena la inversión de tiempo?


Redacta el nou tuit



¡Gracias! Gràcies! 谢谢!





Tuita

 mireia.vu@gmail.com

 @mireiavu

#CongresoAEEAO